基于广告法基本合规要求

一、广告不得有下列情形

1. 使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽。
2. 使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象。
3. 不得利用党和国家领导人的名义或形象（含各种卡通虚拟形象），包括现任、离任或者已故党和国家领导人的名义或形象作商业促销宣传。
4. 损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密。
5. 妨碍社会安定，损害社会公共利益。
6. 危害人身、财产安全，泄露个人隐私。
7. 妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚。
8. 含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容。
9. 含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容。
10. 妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护。

欺骗、误导消费者

1. 不得以不存在的商品或者服务欺骗、误导消费者。
2. 不得出现商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息，以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际情况不符等情况。
3. 不得使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料。
4. 不得虚构使用商品或者接受服务的效果。
5. 不得出现以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的其他情形。

三、不得使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等绝对化用语

1. 广告中禁止使用“国家级”“最高级”“最佳”“顶级”“第一品牌”“极品”“至尊”“最受欢迎”以及与其含义相同或近似的其他绝对化用语; 广告中

2. 以下场景中，广告使用的绝对化用语指向商品经营者所推销的商品，但不具有误导消费者或者贬低其他经营者的客观后果的，不适用《广告法》关于绝对化用语的规定：
   2.1 明示为对同一品牌或同一企业商品进行自我比较的程度分级。
   自己的产品中客观存在不同的分级品质的产品，用于区分这些等级的用语。
   例如：X公司最大户型、X产品最小尺码、X系列汽车顶配车型、X公司用户量最多的手游等。
   2.2 仅用于宣传商品的使用方法、使用时间、保存期限等消费提示的。例如，最长保存** 时间，** 天内食用效果最佳等。
   2.3 依据国家标准、行业标准、地方标准等认定的商品分级用语中含有绝对化用语并能够说明依据的。
   例如：安吉白茶国家标准中，把产品分为“精品、特级、一级、二级”共四个质量等级，针对特定“精品级”安吉白茶广告称为“最高等级”或“最高级”，通常不属于禁止使用的绝对化用语。广告主需要提供相关分级依据及等级检验证明，且不得将多个等级一并宣传为最高级。

称、规格型号、注册商标或者专利来指代商品，以区分其他商品的。

2.5 依据国家有关规定评定的奖项、称号中含有绝对化用语的。

例如："国家最高科学技术奖"就属于依据《国家科学技术奖励条例》所设定的奖项，虽含有"国家最高"的绝对化用语，如广告主能提供证据证明其获得该奖项，则在可以在广告中使用。

2.6 在限定具体时间、地域等条件的情况下，表述时空顺序客观情况或者宣传产品销量、销售额、市场占有率等事实信息的。

"首款、首秀、首发、最早、独家、唯一"等表述属于此类。比如游戏公司A首次推出手游B，可以表述为"A首款手游"或"A第一款手机游戏"。如广告主A获得某游戏的独家授权，在广告宣传中使用"A独家发布""A平台首发"。广告主应当出具授权书、著作权登记证书等相关证明文件。

3. 以下场景中，广告中使用绝对化用语未指向商品经营者所推销的商品，不适用《广告法》关于绝对化用语的规定：

   3.1 广告中使用绝对化用语未指向商家所推销的商品或服务，仅明示商家的服务态度、

这篇文章对你有帮助吗？

例如“顾客第一、力求完美品质”等用语。此类表述应不得让消费者以为广告主的产品、服务是“第一”“完美”等，即不得使消费者误将广告主的经营理念或追求目标与产品、服务品质挂钩。
3.2 绝对化用语指向的内容，与广告中推销的商品性能、质量无直接关联，且不会对消费者产生误导的其他情形。

4. 严禁下列情形出现绝对化用语：
4.1 医疗、医疗美容、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告中出现与疗效、治愈率、有效率等相关的绝对化用语的；
4.2 招商等有投资回报预期的商品广告中出现与投资收益率、投资安全性等相关的绝对化用语的；
4.3 教育、培训广告中出现与教育、培训机构或者教育、培训效果相关的绝对化用语的。

这篇文章对你有帮助吗？

四、数据资料引用的规范

1. 广告中的引证内容，视作广告内容的组成部分。因此，引证内容的表述也须遵守广告法相关规定，对引证内容表述的审核与一般广

的，应当真实、准确，并标明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。引证内容不得出现包括但不限于如下情形：

1.1 不得涉及违反绝对化用语的情形。

1.2 不得涉及虚假宣传内容。

1.3 应与原始出处内容相符合，不得虚构、调换、夸大原始出处内容。不得存在断章取义、以偏概全、隐瞒事实、曲解原意、引发受众误解等情况。

五、广告中专利的表述规范

1. 在广告中使用专利产品或专利方法，应当标明专利号和专利种类。
2. 未取得专利权的，不得在广告中谎称取得专利权。
3. 禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利作广告。

六、关于名义、形象、知识产权等的使用

1. 在广告中使用他人（含自然人和企业等组织，下同）名义、形象的，应当事先取得他人的书面同意；使用无民事行为能力人、限制民事行为能力人的名义、形象的，应当事

2. 未经授权，不得使用他人作品、商标、专利等知识产权或其他享有合法权益的内容；如需使用，须提供授权证明。
3. 依据《中华人民共和国商标法》规定，生产、经营者不得将“驰名商标”字样用于商品、商品包装或者容器上，或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，即广告中不得出现“驰名商标”字样。

七、关于广告代言或使用相关主体名义形象的推荐证明

1. 广告代言人，是指广告主以外的，在广告中以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明的自然人、法人或者其他组织。
2. 广告中使用代言人需要遵循以下规则：
   2.1 广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明，应当依据事实，符合有关法律、行政法规规定，并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。
   2.2 任何商品、服务均不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。广告中使用未成年人作为代言人的，则首先需要核实该未成年人是否已经年满十周岁（未满十周岁禁止广告代言），其次，需要核查实该未成年

处罚未满三年的自然人、法人或者其他组织，不得利用其作为广告代言人。
2.4 医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告不得利用广告代言人作推荐、证明。
2.5 招商等有投资回报预期的商品或者服务、教育、培训广告不得利用科研单位、学术机构、教育机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。
2.6 农药、兽药、饲料、饲料添加剂、农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告不得利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明。

八、关于未成年人保护

1. 对不满十四周岁的未成年人的商品或者服务的广告不得含有下列内容：
   1.1劝诱其要求家长购买广告商品或者服务；
   1.2可能引发其模仿不安全行为。
2. 在针对未成年人的网站、网页、互联网应用程序、公众号等互联网媒介上不得发布医疗、药品、保健食品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告，

3. 禁止向未成年人发送任何形式的烟草广告。
4. 不得发布面向中小学、幼儿园的校外培训广告。
5. 不得投放含有宣扬淫秽、色情、暴力、邪教、迷信、赌博、引诱自残自杀、恐怖主义、分裂主义、极端主义等危害未成年人身心健康的内容。
6. 不得面向未成年人或在专门以未成年人为服务对象的网络产品和服务中投放含有可能引发或者诱导未成年人模仿不安全行为、实施违反社会公德行为、产生极端情绪、养成不良嗜好等可能影响未成年人身心健康的广告内容。且该等内容禁止在各产品首页首屏、弹窗、热搜等处于产品或者服务醒目位置、易引起用户关注的重点环节发布。
7. 广告内容不得侵犯未成年人姓名、肖像、隐私及其他权益。
8. 广告内容不得含有对未成年人实施侮辱、诽谤、威胁或者恶意损害形象等网络欺凌相关的信息。

这篇文章对你有帮助吗？

九、不得贬低其他生产经营者的商品或者服务

1. 广告不得直接捏造、虚构事实，从而对他人的产品或者服务进行诋毁、贬低。

人好。

十、广告不得以任何方式歪曲、丑化、亵渎、否定英雄烈士事迹和精神，损害英雄烈士的名誉、荣誉

1. 商业广告不得使用或者变相使用英雄烈士的姓名、肖像。
2. 商业广告中不得出现北京天安门广场人民英雄纪念碑及其名称、碑题、碑文、浮雕、图形、标志。
3. 不得使用在英雄烈士纪念设施周围从事有损纪念环境和氛围活动的图片、视频等素材。
4. 不得宣扬、美化侵略战争和侵略行为。
5. 不得出现其他有损英雄烈士名誉、荣誉的情形。

十一、特殊商品广告的审核要求

1. 发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品、特殊医学用途配方食品广告等法律、行政法规规定应当进行审查的广告，在发布前需经广告审查机关对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。
   对须经审查的互联网广告，应当严格按照审查通过的内容发布，不得剪辑、拼接、修

2. 禁止以介绍健康、养生知识等形式，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告。介绍健康、养生知识的，不得在同一页面或者同时出现相关医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品的商品经营者或者服务提供者地址、联系方式、购物链接等内容。
3. 此外，针对部分行业广告，还有一些特殊审核要求，以官网公示的"广告审核行业规则"为准。

十二、广告投放的形式要求

1. 广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告
   1.1 大众传播媒介不得以新闻报道形式变相发布广告。通过大众传播媒介发布的广告应当显著标明"广告"，与其他非广告信息相区别，不得使消费者产生误解。
   1.2 对于竞价排名的商品或者服务，应当显著标明"广告"，与自然搜索结果明显区分。
   1.3 除法律、行政法规禁止发布或者变相发布广告的情形外，通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务，并

2. 以弹出等形式发布的广告应当显著标明关闭标志，确保一键关闭，不得有下列情形：
   2.1 没有关闭标志或者计时结束才能关闭广告；
   2.2 关闭标志虚假、不可清晰辨识或者难以定位等，为关闭广告设置障碍；
   2.3 关闭广告须经两次以上点击；
   2.4 在浏览同一页面、同一文档过程中，关闭后继续弹出广告，影响用户正常使用网络；
   2.5 其他影响一键关闭的行为。
3. 不得以下列方式欺骗、误导用户点击、浏览广告：
   3.1 虚假的系统或者软件更新、报错、清理、通知等提示；
   3.2 虚假的播放、开始、暂停、停止、返回等标志；
   3.3 虚假的奖励承诺；
   3.4 其他欺骗、误导用户点击、浏览广告的方式。
4. 广告展示页和广告落地页、跳转链接内的内容需要具有一致性。

十三、 广告中使用的语言文字使用应规范化、标准化，保证广告语言文字表述清晰、准确、完整，

准，用字应当规范、标准。广告用语用字原则上应当使用普通话和规范汉字。

2. 广告中不得单独使用汉语拼音，如需使用汉语拼音时，应当正确、规范，并与规范汉字同时使用。
3. 广告中数字、标点符号的用法和计量单位等，应当符合国家标准和有关规定。
4. 广告中成语的使用必须符合国家有关规定，不得引起误导，对社会造成不良影响。
5. 广告中因创意等需要使用的手书体字、美术字、变体字、古文字，应当易于辩认，不得引起误导。
6. 广告中不得单独使用外国语言文字。广告中如因特殊需要配合使用外国语言文字时，应当采用以普通话和规范汉字为主、外国语言文字为辅的形式。广告中的外国语言文字所表达的意思，与中文意思不一致的，以中文意思为准。在下列情况下，广告中使用外国语言文字不适用上述规定：
   6.1 商品、服务通用名称，已注册的商标，经国家有关部门认可的国际通用标志、专业技术标准等；
   6.2 经国家有关部门批准，以外国语言文字

7. 广告用语用字，不得出现下列情形：
   7.1 使用错别字；
   7.2 违反国家法律法规规定使用繁体字；
   7.3 使用国家已废止的异体字和简化字；
   7.4 使用国家已废止的印刷字形；
   7.5 使用成语、词语等不得滥用谐音字；
   7.6 其他不规范使用的语言文字；
   广告中出现的注册商标定型字、文物古迹中原有的文字以及经国家有关部门认可的企业字号用字等，不适用上述规定，但应当与原形一致，不得引起误导。
8. 关于广告中少数民族语言的使用，应遵守各地有关语言文字的相关规定执行。例如《延边朝鲜族自治州朝鲜语言文字工作条例》规定，在自治州行政区域内的广告，应当并用朝鲜语言文字和国家通用语言文字，由州、县（市）翻译机构负责核准。

十四、 其他

1. 法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务，以及禁止发布广告或禁止在互联网媒体上发布广告的商品或者服务，不得设计、制作、代理、发布广告。包括但不限于：

及戒毒治疗的药品、医疗器械广告。
1.2 军队特需药品广告，医疗机构制剂广告。
1.3 依法停止或者禁止生产、销售或者使用的药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告。
1.4 声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。
1.5 烟草（含电子烟）广告、处方药广告。

2. 广告中不得使用人民币图样。
3. 广告中不得出现“国家免检产品” 等涉及质量免检的内容。
4. 广告中涉及抽奖式有奖销售的，最高奖的金额不得超过五万元。
5. 广告中不得含有“特供”“专供”国家机关等相关内容，具体要求如下：
   5.1 不得含有“特供”“专供”国家机关的内容或类似内容。
   5.2 不得利用与国家机关有密切联系的特定地点名称或者标志性建筑物的名称，及利用国宴、国宾等内容宣传“特供”“专供”。
   5.3 不得假借“特供”“专供”或“内部特供、专用”等类似名称推销商品、服务，进行引人误解的虚假宣传。

这篇文章对你有帮助吗？

5.5 如果商品是生产商专门为特定地区或者特定活动制作的（比如特殊包装、型号），如专供杭州地区则可以使用，但需与实际情况相符，且不得存在上述“特供”“专供”国家机关等相关内容。

参考法律法规：《广告法》《互联网广告管理办法》《广告绝对化用语执法指南》《商标法》《国家通用语言文字法》《浙江省实施<中华人民共和国国家通用语言文字法>办法》《广告发布标准》（上海市广告协会发布）《关于严禁中央和国家机关使用“特供”“专供”等标识的通知》